

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CAFE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GENERASI Y PADA KEDAI KOPI DI KOTA PANGKALPINANG

INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT, PRICE AND CAFE ATMOSPHERE ON Y GENERATION CONSUMER SATISFACTION AT COFFEE SHOPS IN PANGKALPINANG CITY

Syarifah Wasila¹, Eni Karsiningsih², Muntoro³

¹ Agribisnis, Fakultas Pertanian, Perikanan dan Biologi, Universitas Bangka Belitung

*E-mail corresponding: eni_karsiningsih@ubb.ac.id

Dikirim : 31 Mei 2023

Diperiksa : 15 Juli 2023

Diterima: 29 November 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan generasi Y dalam melakukan pembelian pada kedai kopi di Kota Pangkalpinang. Pengambilan data penelitian dilakukan pada bulan Desember 2022 sampai Januari 2023 di kedai kopi Kota Pangkalpinang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel berjumlah 100 orang. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan *SPSS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan *cafe atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan generasi Y. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan generasi Y.

Kata kunci: pelayanan, produk, harga, *cafe atmosphere*, kedai kopi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence generation Y satisfaction at coffee shops in Pangkalpinang City. Research data collection was carried out from December 2022 to January 2023 at the Pangkalpinang City coffee shop. The research method used in this study is a survey method. The sampling method used is purposive sampling with a sample of 100 respondents. Data analysis using multiple linear regression analysis with SPSS version 19.0. The results showed that the variables of service quality, price, and cafe atmosphere has a positive and significant effect on generation Y satisfaction, while product quality has no effect on generation Y satisfaction.

Keywords: services, products, prices, cafe atmosphere, coffee shop.

PENDAHULUAN

Data dari Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2021) menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia mencapai 370.000 kilogram pada tahun

2021. Sebagai negara pengekspor kopi, Indonesia memiliki peluang bisnis yang potensial bagi pelaku usaha (Aditya et. al., 2016), sehingga pelaku usaha berupaya untuk memenuhi kebutuhan penikmat kopi

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CAFE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GENERASI Y PADA KEDAI KOPI DI KOTA PANGKALPINANG

Syarifah Wasila, Eni Karsiningsih, Muntoro

melalui usaha kedai kopi, baik kedai kopi tradisional maupun kedai kopi modern.

Kedai kopi merupakan salah satu tempat usaha yang menjual kopi didampingi makanan ringan dengan fasilitas penunjang yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen (Sukatmadiredja, 2016). Saat ini, kedai kopi yang beroperasi lebih banyak menawarkan konsep modern ketimbang konsep tradisional agar kedai kopi tersebut dapat dinikmati oleh semua kalangan, termasuk di Kota Pangkalpinang.

Kota pangkalpinang merupakan daerah yang memiliki pertumbuhan industri kedai kopi yang cukup signifikan di Bangka Belitung. Hal ini dibuktikan oleh penambahan jumlah kedai kopi yang tersebar di berbagai kecamatan yang ada di Kota Pangkalpinang. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2022), jumlah kedai kopi di Kota Pangkalpinang mencapai 134 kedai kopi yang tersebar di tujuh kecamatan pada tahun 2022. Oleh karena itu, pemilik usaha kedai kopi dituntut untuk selalu peka terhadap perubahan melalui inovasi dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen (Baiti et. al., 2019).

Inovasi kedai kopi meningkatkan antusias dari generasi Y. Saat ini, Generasi Y atau generasi milenial yang lahir pada tahun 1981 sampai 1996 menjadi masyarakat yang mendominasi

penduduk setelah generasi Z dengan jumlah populasi sebanyak 25,87 persen (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2021). Generasi Y melihat kenyamanan suasana sebagai hal yang berpengaruh terhadap kepuasan untuk membeli ulang di kedai kopi (Kristianto et. al., 2019). Generasi Y akan mencari tempat dengan desain lingkungan yang menarik, artinya tempat tersebut memiliki konsep yang berbeda untuk bersosialisasi bersama teman-teman secara pribadi dengan pelayanan yang baik atas minuman dan makanan yang sesuai selera generasi Y (Novita et. al., 2016).

Kepuasan konsumen sendiri merupakan tingkat dari perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasa dengan harapan (Kotler dan Amstrong, 2008). Penelitian terkait kedai kopi di Kota Pangkalpinang sudah pernah dilakukan oleh Lestari (2022), di mana penelitian tersebut menunjukkan bahwa *cafe atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ginting (2022) juga menunjang penelitian yang dilakukan oleh lestari (2022) dengan menunjukkan bahwa harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun, penelitian tersebut menjelaskan keputusan pembelian dari generasi Z, di mana generasi Z yang dimaksud tentu memiliki ketertarikan terhadap kedai kopi yang berbeda dengan generasi Y.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Y pada Kedai Kopi di Kota Pangkalpinang yang bertujuan untuk Mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen generasi Y pada kedai kopi di Kota Pangkalpinang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di 17 kedai kopi yang ada di Kota Pangkalpinang. Pengambilan data dilakukan pada bulan desember 2022 hingga januari 2023. Variabel pengamatan pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (bukti fisik, empati, daya tanggap, jaminan, dan keandalan), kualitas produk (aroma, rasa dan penyajian), harga (keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan kesesuaian harga dengan produk), *cafe atmosphere* (*Eksterior, Interior, Interior Display dan Store layout*) kepuasan konsumen (penilaian pelanggan, dan kesesuaian harapan).

Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel berupa *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan kriteria yaitu

pengunjung kedai kopi yaitu generasi Y (berusia 27-42 tahun) dan melakukan pembelian makanan atau minuman pada kedai kopi.

Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dengan instrumen berupa kuesioner. metode Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif untuk karakteristik responden dan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap kepuasan generasi Y (Y). agar persamaan dari model regresi linier berganda dapat diterima maka tahap yang harus dilakukan yaitu uji asumsi klasik yang terdiri dari

1. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. uji kolmogorov-smirnov digunakan untuk mengetahui distribusi data apakah mengikuti distribusi normal. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 dan apabila dibawah nilai signifikansi maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi linear berganda ditemukan adanya korelasi yang tinggi di antara variabel bebas. Berikut adalah pengambilan keputusan dari uji

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CAFE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GENERASI Y
PADA KEDAI KOPI DI KOTA PANGKALPINANG**

Syarifah Wasila, Eni Karsiningsih, Muntoro

<p>multikolinearitas:</p>	<p>Regresi yang baik tidak terjadi</p>
<p>a. Jika VIF > 10 maka diduga terdapat multikolinieritas.</p>	<p>heteroskedastisitas.</p>
<p>b. Jika VIF < 10 maka diduga tidak terdapat multikolinieritas.</p>	<p>4. Uji autokorelasi</p>
<p>c. Jika Tolerance < 0,1 maka diduga terdapat multikolinieritas.</p>	<p>Uji autokorelasi berkelanjutan menguji apakah dalam linear ada korelasi antara</p>
<p>d. Jika Tolerance > 0,1 maka diduga tidak terdapat multikolinieritas.</p>	<p>kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Kriteria dalam pengujian</p>
<p>3. Uji Heteroskedastisitas</p>	<p>durbin-watson yaitu sebagai berikut:</p>
<p>Adanya variasi varians residual dari satu periode pengamatan ke periode berikutnya di periksa menggunakan uji heteroskedastisitas.</p>	<p>1. Jika $0 < d < d_L$, berarti ada autokorelasi positif</p>
<p>Uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode grafik. Metode grafik memiliki dasar kriteria dalam pengambilan keputusan, yaitu:</p>	<p>2. Jika $4 - d_L < 4$, berarti ada autokorelasi negatif</p>
<p>a. Apabila grafik plot menunjukkan titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka diindikasikan akan terjadi heteroskedastisitas.</p>	<p>3. Jika $2 < dw < 4 - d_u$ atau $d_u < d < 2$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif.</p>
<p>b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonalnya atau grafik histogram maka model regresi tidak memenuhi asumsi heteroskedastisitas.</p>	<p>4. Jika $d_L \leq d \leq d_u$ atau $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_L$, pengujian tidak meyakinkan. Untuk itu dapat digunakan uji lain atau menambah data</p>
<p>c. Apabila grafik plot tidak menunjukkan pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.</p>	<p>5. Jika nilai $d_u < d < 4 - d_u$ maka tidak terjadi autokorelasi.</p>
<p></p>	<p>Kemudian untuk melihat hubungan antara satu variabel dependen dengan variabel independen dilakukan analisis regresi linier berganda. Berikut ini model persamaan regresi yang digunakan :</p>
<p></p>	$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$
<p></p>	<p>Keterangan :</p>
<p></p>	<p>Y = Kepuasan pelanggan</p>
<p></p>	<p>X1 = Kualitas layanan</p>
<p></p>	<p>X2 = Kualitas Produk</p>

- X3 =Harga
X4 =Store atmosphere
a =Konstanta
 β =Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
e =Error/Variabel Pengganggu

Untuk menjawab hipotesis penelitian maka dilakukan pengujian sebagai berikut:

Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Cara pengambilan keputusan dari penggunaan koefisien determinasi (R^2). Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dilakukan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah kecil (Sugiyono 2017).

Uji secara simultan (uji F).

Uji simultan (f) digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) pada saat yang sama. Hasil dari uji f ditentukan sebagai berikut (Sujarweni, 2015).

- a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

- b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Uji secara parsial (uji t)

Uji t merupakan uji koefisien regresi parsial individu yang digunakan untuk memastikan bagaimana variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y). Hasil uji t ditentukan sebagai berikut (Sujarweni, 2015).

- a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Karakteristik generasi Y yang melakukan pembelian pada kedai kopi dilihat berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan dan jenis pekerjaan. Karakteristik konsumen secara rinci dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 27-31 tahun, berjenis kelamin laki-laki, berpendidikan SMA, berstatus pekerjaan karyawan swasta dengan penghasilan sebesar 3.400.000-6.400.000 per bulan serta frekuensi berkunjung ke kedai kopi 4-5 kali seminggu.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CAFE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GENERASI Y
PADA KEDAI KOPI DI KOTA PANGKALPINANG**

Syarifah Wasila, Eni Karsiningsih, Muntoro

Tabel 1. Karakteristik Responden		
Karakteristik	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Usia		
27-31	47	47
32-36	35	35
37-41	18	18
Jenis kelamin		
Laki-laki	68	68
Perempuan	32	32
Tingkat pendidikan terakhir		
SMA	48	48
Diploma	9	9
Sarjana	40	40
Pascasarjana	3	3
Pekerjaan		
PNS	11	11
TNI/POLRI	9	9
BUMN	13	13
Wirausaha	10	10
Karyawan swasta	33	33
Lainnya	24	24
Pendapatan		
< 3.400.000	40	40
3.400.000 - < 6.400.000	56	56
6.400.000 - < 9.600.000	2	2
> 9.600.000	2	2
Frekuensi kunjungan		
2 - 3	39	39
4 - 5	44	44
6 - 7	17	17

(Sumber: Olah Data Primer 2023)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang suka datang ke kedai kopi memiliki rentang usia 27-31 tahun pada umumnya usia tersebut sudah memiliki pekerjaan dan penghasilan sendiri sehingga mereka akan menghabiskan waktu luang setelah beraktivitas pada kedai kopi dan mencari kedai kopi yang memiliki fasilitas kedai kopi yang dapat menawarkan tempat yang bagus disertai *wifi*, *private room*, *smoking room*. Serta nuansa meja dan kursi yang menarik untuk mendukung mereka melakukan aktivitas seperti *metting*,

nongkrong, atau hanya sekedar bertukar, serta mengerjakan tugas. Hal ini sejalan dengan penelitian (Chotimah & Parantika, 2022) yang menyatakan bahwa kedai kopi merupakan tempat yang sering dikunjungi generasi Y dan biasanya mereka datang untuk menghabiskan waktu luang, bertukar pikiran serta membahas pekerjaan sambil menikmati minuman terutama kopi dan variannya serta mereka menyukai kedai kopi yang memiliki konsep kedai kopi yang unik rata-rata mereka mengunjungi kedai kopi 3-5 kali dalam sebulan. Responden

yang datang ke kedai kopi lebih didominasi oleh responden laki-laki dengan pendidikan terakhir SMA Berdasarkan penelitian Sumarwan (2013), yang menyatakan konsumen dengan tingkat pendidikan yang tinggi akan lebih responsif dan lebih banyak informasi mengenai pengetahuan apa yang akan diperoleh dalam melakukan pembelian. Dan dalam penelitian Rivqi *et. al* (2018) yang menyatakan laki-laki merupakan konsumen yang lebih dominan

datang ke kedai kopi dibandingkan perempuan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan generasi Y di kedai kopi kota pangkalpinang

Uji asumsi klasik

Tahap pertama dalam pengujian asumsi klasik yaitu dengan melakukan uji normalitas. Data mengenai uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39016898
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.054
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.694
Asymp. Sig. (2-tailed)		.721

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Olah Data Primer 2023)

pada data dengan uji *kolmogorov-smirnov* yang menunjukkan bahwa data memiliki nilai *asymp.sig (2-tailed)* $0,721 > 0,05$, sehingga berdasarkan uji normalitas *kolmogorov-smirnov* data berdistribusi normal yang berarti

diperoleh model regresi yang digunakan sudah baik.

Uji multikolinearitas

Hasil dari uji multikolinearitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance ce	VIF
1	Kualitas pelayanan	0.723	1.383
2	Kualitas produk	0.615	1.625
3	Harga	0.714	1.401
4	<i>cafe atmosphere</i>	0.578	1.729

(Sumber: Olah data Primer 2023)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CAFE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GENERASI Y PADA KEDAI KOPI DI KOTA PANGKALPINANG

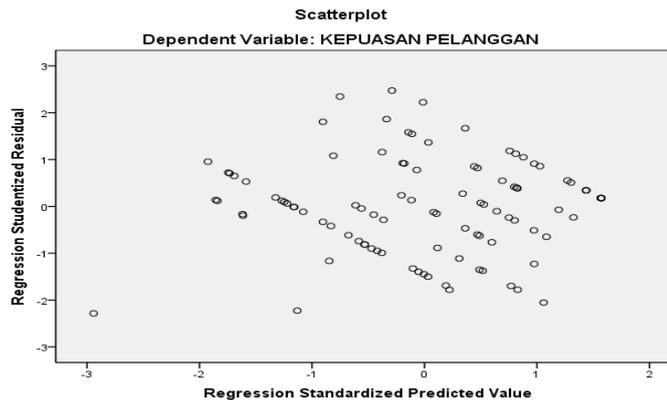
Syarifah Wasila, Eni Karsiningsih, Muntoro

Tabel 3 menunjukkan hasil dari uji multikolinearitas, dilihat dari nilai *tolerance* menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* < 0,10, Untuk hasil pada nilai VIF menunjukkan $VIF > 10$. yang arti nya

tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Uji heteroskedastisitas

uji heteroskedastisitas yang diperoleh dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1 Hasil uji Heteroskedastisitas
(Sumber: Olah Data Primer 2023)

Gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik yang tersebar secara acak dan berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. penyebaran titik-titik tersebut tidak memberikan kecenderungan suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji autokorelasi

Uji autokorelasi diperoleh nilai *Durbin-watson* 1.842. diketahui bahwa untuk jumlah variabel independen (k)=4

dan jumlah sampel (n)=100 memiliki nilai d_u sebesar 1.7582. karena daerah bebas autokorelasi berada di antara d_u dan $4-d_u$, maka daerah bebas autokorelasi adalah di antara 1.7582 (d_u) sampai 2.2418 ($4-d_u$) dan sesuai kriteria bahwa $1.7582 < 1.842 < 2.2418$ maka dapat dikatakan untuk model ini tidak mengalami autokorelasi.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b			
Model	R	R Square	Durbin-Watson
1	.780 ^a	.609	1.842

(Sumber: Olahan data primer,2023)

Analisis regresi linear berganda

a. persamaan regresi

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Berganda

		Coefficients	
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.793	1.740
	Kualitas Pelayanan	.232	.075
	Produk	.070	.108
	Harga	.427	.079
	Cafe Atmosphere	.189	.050

(Sumber: Olah Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat diketahui model regresinya dari keempat variabel sebagai berikut:

$$Y = 1.793 + 0,232X_1 + 0,070X_2 + 0,0427X_3 + 0,189X_4 + e$$

Dari persamaan diatas diketahui bahwa koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), Harga (X_3) dan *store atmosphere* (X_4) memiliki koefisien regresi positif. Yang

artinya semakin tinggi kualitas pelayanan, kualitas produk, Harga, dan *store atmosphere* yang dirasakan oleh generasi Y maka generasi Y akan memberikan persepsi yang tinggi terhadap tingkat kepuasan yang mereka rasa.

b. koefisien Determinasi (R^2)

Untuk hasil koefisien dan determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.609	.592	1.419

(Sumber : Olah Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 6 tersebut dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,780 (78%) yang berarti kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan *cafe atmosphere* mempunyai hubungan yang erat terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Sedangkan koefisien Adjusted R square sebesar 0,592 (59,2) artinya variabel kualitas

pelayanan, kualitas produk, harga dan *cafe atmosphere* mampu mempengaruhi kepuasan generasi Y pada kedai kopi di Kota Pangkalpinang sebesar 59,2 %. Sedangkan sisanya 40.8% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

c. Uji F (Uji Hipotesis simultan)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CAFE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GENERASI Y
PADA KEDAI KOPI DI KOTA PANGKALPINANG**

Syarifah Wasila, Eni Karsiningsih, Muntoro

Uji F digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas/independen (X) yang dimasukkan dalam model regresi terhadap variabel terikat/dependen (Y) . berikut hasil dari uji F yang dianalisis. Berikut hasil uji F yang didapat.

**Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	297.586	4	74.396	36.941	.000 ^a
Residual	191.324	95	2.014		
Total	488.910	99			

(Sumber: Olah Data Primer 2023)

Berdasarkan Tabel 7 nilai F_{tabel} untuk df4 dan df 95 yaitu F_{tabel} sebesar 2.470. Adapun F_{hitung} sebesar 36.320 dengan nilai sig 0.000. hal ini menunjukkan bahwa $36.320 > 2.470$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $0,000 < 0,05$ atau $p < \alpha$ yang artinya *probability* jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan

konsumen atau dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan, produk, harga dan *cafe atmosphere* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

d.Uji T (uji secara parsial)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan masing-masing variabel secara parsial dapat dilihat pada tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Hasil Secara Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.793	1.740		1.030	.306
Kualitas Pelayanan	.232	.075	.234	3.096	.003
Produk	.070	.108	.053	.649	.518
Harga	.427	.079	.408	5.370	.000
Cafe Atmosphere	.189	.050	.320	3.790	.000

(Sumber: Olah Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji-t. Nilai t-tabel yaitu sebesar 1,98525 yang dihitung dengan persamaan $T_{tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$. diperoleh t_{tabel} sebesar 1,98525, dilihat

pada $df = n-k-1 = 100-4-1=95$ pada tingkat keyakinan 95% ($\alpha=5\%$),

a. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel 8 diatas didapat nilai t_{hitung} sebesar 3.096 dengan nilai sig sebesar 0.003. hal ini menunjukkan

bahwa $3.096 > 1.985$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig $0.003 < 0.05$ atau sig > 0.05 yang artinya H_0 diterima H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan generasi Y. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen generasi Y memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap pelayanan yang mereka terima. Oleh karena itu dengan kualitas pelayanan yang baik dapat membuat konsumen lebih puas. Konsumen generasi Y yang baik. Pelayan harus mampu memberikan pelayan harus berpenampilan menarik, yang sopan, menyajikan pesanan sesuai dengan yang dipesan, ketepatan waktu dalam menyajikan. Generasi Y membutuhkan pelayanan yang prima selama berada di kedai kopi. Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Darmawan (2018) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang dicerminkan oleh dimensi bukti fisik, keandalan, jaminan, empati, dan daya tangkap yang baik. maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan perhitungan pada tabel 29 diperoleh T_{hitung} sebesar 0.649 dengan nilai sig sebesar 0.518. hal ini menunjukkan bahwa $0.649 < 1.985$ atau $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan $0.518 > 0.05$ atau sig $>$

0.05 yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. . Hal ini menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian produk yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen disebabkan beberapa alasan yaitu dimensi (aroma, rasa dan penampilan) yang digunakan dalam penelitian ini lebih ditujukan pada produk kopi yang ada di kedai kopi namun produk yang ditawarkan tidak hanya menyajikan produk yang didominasi minuman kopi saja namun ada minuman lain yang ditawarkan sebagai pengganti kopi. Karakteristik konsumen generasi Y yaitu mereka tidak terlalu mementingkan kenikmatan pada aroma, rasa dan penampilan pada produk yang ditawarkan, tetapi mereka lebih menginginkan suasana kedai kopi yang unik, tersedia fasilitas *WIFI dan private room* yang yang dapat mereka manfaatkan untuk melakukan aktivitas. Oleh karena itu variabel lain yang akan dipertimbangkan oleh generasi Y saat mengunjungi kedai kopi yaitu variabel *atmosphere* dan layanan. Hal ini dikarenakan generasi Y mengunjungi kedai kopi tidak hanya untuk tempat *nongkrong* namun mereka datang ke kedai kopi untuk mengerjakan tugas ataupun membahas pekerjaan sehingga mereka membutuhkan ruangan yang

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CAFE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GENERASI Y PADA KEDAI KOPI DI KOTA PANGKALPINANG

Syarifah Wasila, Eni Karsiningsih, Muntoro

nyaman dan koneksi internet yang lancar untuk menyelesaikan urusan pekerjaan mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfalah et., al (2020), menunjukkan bahwa kualitas produk tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Harga (X3) terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan Tabel 8 diatas didapat nilai t_{hitung} sebesar 5.370 dengan nilai sig sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa $5.370 > 1.985$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig $0.000 < 0.05$ atau sig < 0.05 yang artinya H_0 diterima H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Y dalam membeli suatu produk pada kedai kopi cenderung lebih sensitif terhadap harga, pada umumnya generasi Y sudah memiliki penghasilan sehingga mereka mampu membayar jika harga sesuai dengan produk yang ditawarkan serta produk tersebut dapat memberikan manfaat bagi mereka. Selain itu generasi Y yang juga sudah berpengalaman dalam mencari informasi terkait suatu produk. Mereka akan mencari kedai kopi yang memiliki harga terjangkau dan akan membandingkan dengan tempat lain. Generasi Y akan merasa puas dengan kedai kopi jika kualitas kopi, suasana, kenyamanan

tempat dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harga yang harus mereka bayar. Berdasarkan penelitian Chotimah & Parantika (2022) menyatakan bahwa harga makanan dan minuman yang terjangkau dengan konsep kedai kopi yang menarik akan menjadi daya tarik konsumen untuk datang ke kedai kopi tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kakambong et al (2020); Effendy & Hidayat (2019); Beibei et al., (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi .

4. Pengaruh *cafe atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan Tabel 8 diatas didapat nilai t_{hitung} sebesar 3.790 dengan nilai sig sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa $3.790 > 1.985$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig $0.000 < 0.05$ atau sig < 0.05 yang artinya H_0 diterima H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *cafe atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. generasi Y merasa puas dan tertarik menyukai kedai kopi yang memiliki aroma ruangan yang wangi, memiliki alunan musik yang enak dan memiliki tempat parkir dan ruangan kedai yang luas. Sehingga dapat memudahkan konsumen untuk masuk

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Beibei et

al. (2013) faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen generasi Y yaitu lingkungan. Generasi Y akan memilih lingkungan dari kedai kopi yang nyaman, seperti tempat parkir yang luas, ruangan yang nyaman dan bersih, jarak meja dan kursi tertata rapi sehingga mudah untuk dilalui, ruangan memiliki aroma yang wangi untuk mendukung aktivitas mereka. Dikarenakan ketika generasi Y mengunjungi kedai kopi menginginkan suasana dan kenyamanan tempat yang akan menciptakan pengalaman menarik bagi generasi Y, generasi Y cenderung akan mencari tempat-tempat yang *instagramable* atau *photogenic* untuk berbagi pengalaman dengan teman-teman mereka melalui media sosial. Desain yang menarik mampu meningkatkan kepuasan mereka. Susanti et al (2021) menyatakan Variasi kegiatan ini berkaitan dengan kebutuhan generasi Y untuk mencapai keseimbangan antara bekerja dan kebutuhan pribadi, salah satunya dengan *nongkrong*. Generasi Y sangat memperhatikan apa yang menjadi konsep dari kedai kopi yang semakin modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan *cafe atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan

generasi Y pada kedai kopi di Kota Pangkalpinang. Sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan generasi Y pada kedai kopi di Kota Pangkalpinang. Faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan generasi Y pada kedai kopi yaitu harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. W., Nociantri, K. A., & Yusasrini, N. L. A. (2016). Kajian Kandungan Kafein Kopi Bubuk, Nilai pH dan Karakteristik Aroma dan Rasa Seduhan Kopi Jantan (Pea berry coffee) dan Betina (Flat beans coffee) Jenis Arabika dan Robusta. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pangan (Itepa)*, 5(1), 1–12. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/itepa/articledetail/view/22653>
- Arisanti, P. (2021). Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial dan Desain Coffe Shop. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 579–590. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i4.3318>
- Beibei, H., Shiyang, W., & Jiahong, X. (2013). Customer Loyalty to Coffee Shops: A study of Swedish Generation Y. *Makardalens Hogskola Eskilstuna Vasteras*, 1–46. https://www.academia.edu/12122767/Customer_Loyalty_to_Coffee_Shops_A_study_of_Swedish_Generation_Y_Students
- BPS Indonesia. 2021. Badan Pusat Statistik. diakses dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk2020.html>, pada 30 Oktober 2022
- Chotimah, T. H., & Parantika, A. (2022).

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CAFE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GENERASI Y PADA KEDAI KOPI DI KOTA PANGKALPINANG

Syarifah Wasila, Eni Karsiningsih, Muntoro

- Analisis Perilaku Pelanggan Generasi Y Dan Z Dalam Memilih Coffee Shop Brand Lokal. *Open Journal Systems*, 17(1978), 975–982.
- Darmawan, K. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Proceedings*, 1(1), 360–371. <http://proceedings.stiewidyagamalu.majang.ac.id/index.php/progress%0ADampak>
- Direktorat jendral perkebunan. (2023). *statistik perkebunan Indonesia 2021-2022*. Kementerian pertanian. Jakarta.
- Effendy, F. H. (2019). Effect of Quality Service, Price and Store Atmosphere on Customer Satisfaction (Study on Cangkir Coffee Shop in Surabaya). *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 123–148. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i2.2033>
- Ginting, M. 2022. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Kedai kopi Di Jalan Ahmad Yani Kecamatan Taman Sari Kota Pangkalpinang [SKRIPSI]. Balunijuk: Universitas Bangka Belitung <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Kakambong, M., Kalangi, J. A. F., Punuindoong, A. Y., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2020). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi 14. *Productivity*, 1(4), 361–367. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/30229>
- Kementerian Koperasi dan UKM 2022. Dashboard Online Data System (ODS) UMKM. diakses dari <http://umkm.depkop.go.id/>, pada 26 September 2022
- Kristianto, D., Bisnis, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). *Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Generasi Y pada Coffee Shop di Surabaya , dengan Coffee Presentation sebagai Variabel Moderasi*. 5(1), 44–60.
- kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (A. Maulana, D. Banadi, & W. Hardani (eds.); Ed.12). Jakarta.
- Lestari, T. (2022). Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Kedai Kopi Di Kota Pangkalpinang. In *Universitas Bangka Belitung*.
- Novita, E., Widjaja, R. S., Kristanti, M., Perhotelan, M., & Petra, U. K. (2016). Analisa pengaruh physical environment terhadap minat beli konsumen di kafe-kafe. *Jurnal Perhotelan Dan Manajemen Jasa*, 2000, 411–423. <https://www.neliti.com/publications/82814/analisa-pengaruh-physical-environment-terhadap-minat-beli-konsumen-di-kafe-kafe>
- Pratomo, G. H., & Levyda, L. (2022). faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan coffee shop. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1(4), 130–138.
- Safitri, D., Nurikhsan, F., Indrianie, W. S., & Indrianie, W. S. (2019). Fenomena Coffe Shop Di Kalangan Konsumen Remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137. <https://doi.org/10.20884/wk.v9i2.1962>
- Sari, wulan purnama. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen*

pada cafe opel di kecamatan kelapa kabupaten bangka barat. universitas bangka belitung.

Warung Kopi Di Kecamatan Rungkut Surabaya. *Jurna Penelitian Ilmu Manajemen* , Vol.2(No.1).

Sawitri, H., & Yuziani. (2021). Gender dan kebiasaan minum kopi pada mahasiswa program studi kedokteran universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*, 16(4), 168–172. jurnal.stikesnh.ac.id

Susanti, A., Triana Dewi, P. S., & Adnyana Putra, I. W. Y. (2021). Desain Interior Coffee Shop di Denpasar dan Loyalitas Konsumennya : Generasi Y dan Z. *Waca Cipta Ruang*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.34010/wcr.v7i1.4383>

Sukatmadiredja, N., 2016. Analisis Perilaku Terhadap Perubahan